印刷業界におけるデジタル印刷に関するアンケート調査

2010 年/2013 年デジタル印刷予測

平成 23 年 3 月

社団法人 日本印刷産業連合会

目　次

Ⅰ．国内印刷企業へのアンケート調査の内容 3
Ⅰ-1 3 年後の予測の要約 3
Ⅰ-2 有版印刷の 3 年後の推移予測 4
Ⅰ-3 トナーデジタル印刷の 3 年後の推移予測 4
Ⅰ-4 インクジェットデジタル印刷の 3 年後の推移予測 5
Ⅰ-5 印刷付帯サービスの 3 年後の推移予測 5
Ⅱ．アンケート調査の結果 6
Ⅱ-1 アンケート回答企業 6
Ⅱ-2　アンケートの結果 7
１．主要な受注品目 7
２．社内の工程・製造設備 7
３．2009 年度の売上高 8
４．デジタル印刷機（生産機）の保有状況について 9
4-1 色数 9
4-2 取得時期別の台数 9
4-3 カラー機の収益性 10
4-4 モノクロ（トナー、カット紙、A3 モデル)の収益性 12
５．デジタル印刷機（生産機）の導入計画について 12
5-1　カラー機の導入時期 13
5-2　モノクロ機の導入時期 13
６．売上が１位から３位までの受注品目について 14
6-1　デジタル印刷で売上が１位の受注品目 14
6-2　デジタル印刷で売上が 2 位の受注品目 14
6-3　デジタル印刷で売上が３位の受注品目 15
７．品目別の売上増減予測 16
7-1 商業印刷 17
7-2 バリアブル印刷（カット紙への宛名印字、ナンバリング、可変情報出力など） 17
7-3 大判印刷/大判プリント 18
7-4 出版印刷（一部作りを除く） 18
7-5 ブックオンデマンド 19
7-6 フォトアルバム 19
7-7 事務用印刷（名刺、ハガキ、グリーティングカードなど） 20
7-8 ビジネスフォーム（DPS） 20
7-9 ビジネスフォーム（システム開発、データ入力） 21
7-10 シール・ラベル 21
7-11 セキュリティタグ、RFID 21
7-12 パッケージ・包装・特殊印刷（オフセット印刷分野） 22
7-13 パッケージ・包装・特殊印刷（グラビア印刷分野） 22
7-14 パッケージ・包装・特殊印刷（フレキソ印刷分野） 23
7-15 特殊印刷/その他 23
7-16 新聞印刷 24
８．デジタル印刷で重視している付加価値 24
９．デジタル印刷の活用度をさらに高めるについてのコメント（フリーアンサー） 25

Ⅰ．国内印刷企業へのアンケート調査の内容

印刷産業におけるデジタル印刷（生産機として小ロットや可変データ出力ができる無版方式のデジタル出力機）による印刷物生産の技術的な進展はめざましいものがある。
印刷業向けのデジタル印刷機は 20 年前に登場して以来、機種の幅や製造できる品目を拡大してきているが、印刷物生産における活用は未だ限定的である。今後は印刷業界でもデジタル印刷機をさらに活用して、発注元の要望に応えていくことが求められている。
そこで、国内の印刷産業におけるデジタル印刷の状況を把握し、さらに活用度を高めていくための対応策を調査研究することを目的にして，2010 年 5 月にアンケートを実施した。
アンケート票の送付先は、印刷機械を主体的に設備している印刷業界団体である、印刷工業会、全日本印刷工業組合連合会、日本フォーム印刷工業連合会、日本グラフィックサービス工業会、日本グラフィックコミュニケーションズ工業組合連合会、全日本シール印刷協同組合連合会、全国グラビア協同組合連合会、全日本スクリーン・デジタル印刷協同組合連合会の各団体から選んだ合計 681 社である。

Ⅰ-1 3 年後の予測の要約

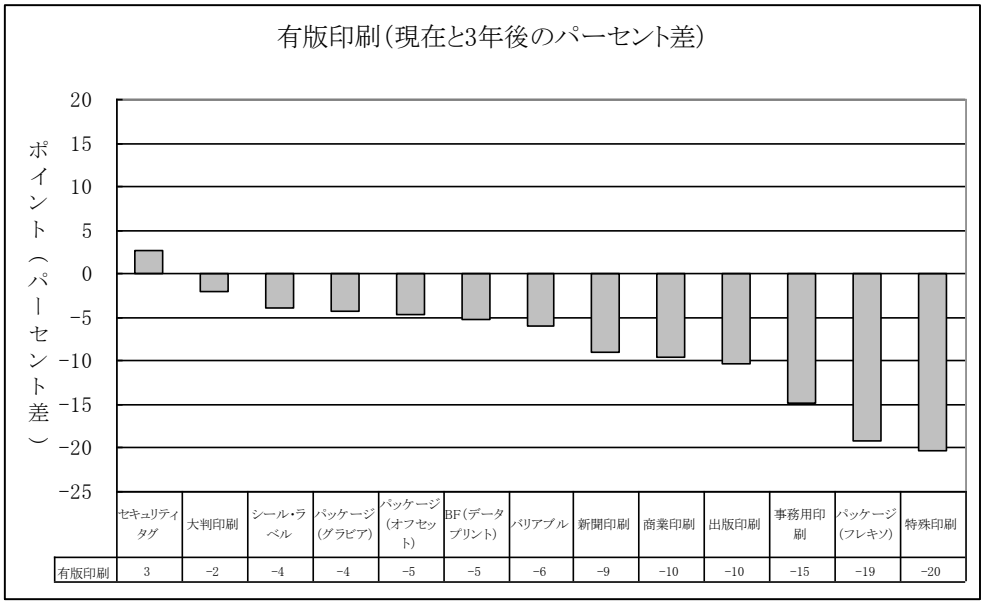
2009 年度を 100%としたときの 2010 年度の売上の増減および 3 年後の予測を、印刷品目ごとに 3 つの印刷方式および付帯サービスで聞いている（第 7 章)。この章は本調査の中核であり、増減予測が今後の設備投資やビジネスの方向性に大きく関係してくることになる。
問いでは 3 つの印刷方式、有版印刷（通常の印刷)、デジタル印刷（トナー)、デジタル印刷（インクジェット）と、印刷付帯サービスを合わせて 4 項目について、現状と 3 年後(2013 年)の売上予測を聞いた。
全品目における売上比率は、「現状」では多い順に有版印刷 62%、トナー機 19%、印刷付帯サービス 11%、インクジェット機 8%であり、「3 年後」の予測はそれぞれ 53%、22%、13%、12%である。現状と 3 年後の比較では、デジタル印刷などは伸びる（インクジェット機：＋4 ポイント、トナー機：＋3 ポイント、印刷付帯サービス：＋2 ポイント）と予測されているが、有版印刷の比率は大きな減少が（－9 ポイント）見込まれている。

2013 年の	インクジェット機	トナー機	印刷付帯サービス	有版印刷
売上伸び率（2010 年比）	＋4 ポイント	＋3 ポイント	＋2 ポイント	－9 ポイント

印刷方式および印刷付帯サービスごとに増減を整理すると、以下のようになる。

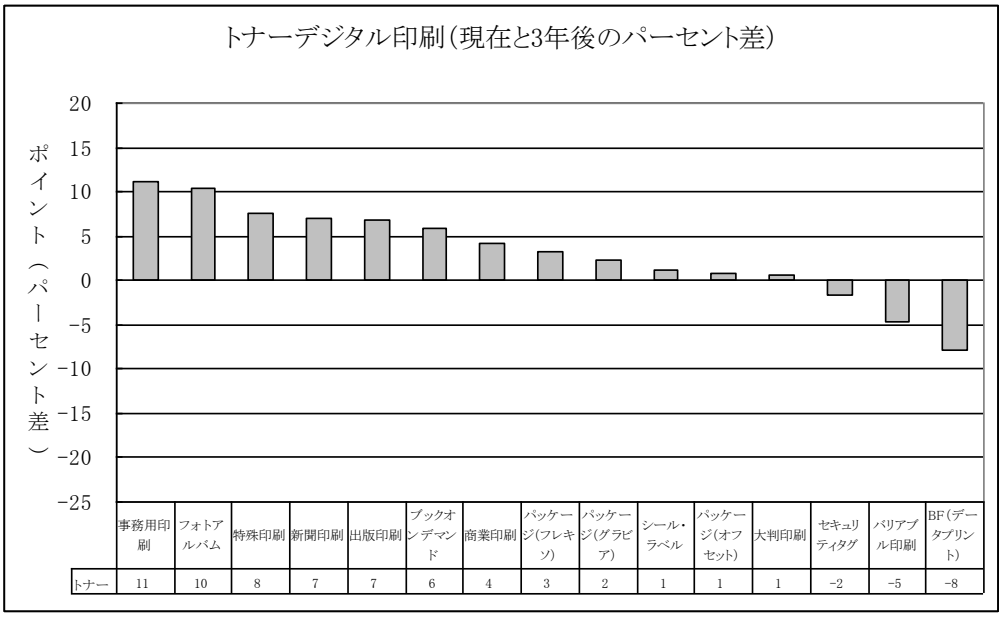
Ⅰ-2 有版印刷の 3 年後の推移予測

有版印刷で 3 年後の売上比率が現状よりも伸びるという予測はセキュリティータグの印刷だけで、その他に印刷品目はすべてマイナスの予測である。なお、フォトアルバムとブックオンデマンドは有版印刷の集計からは除いている。



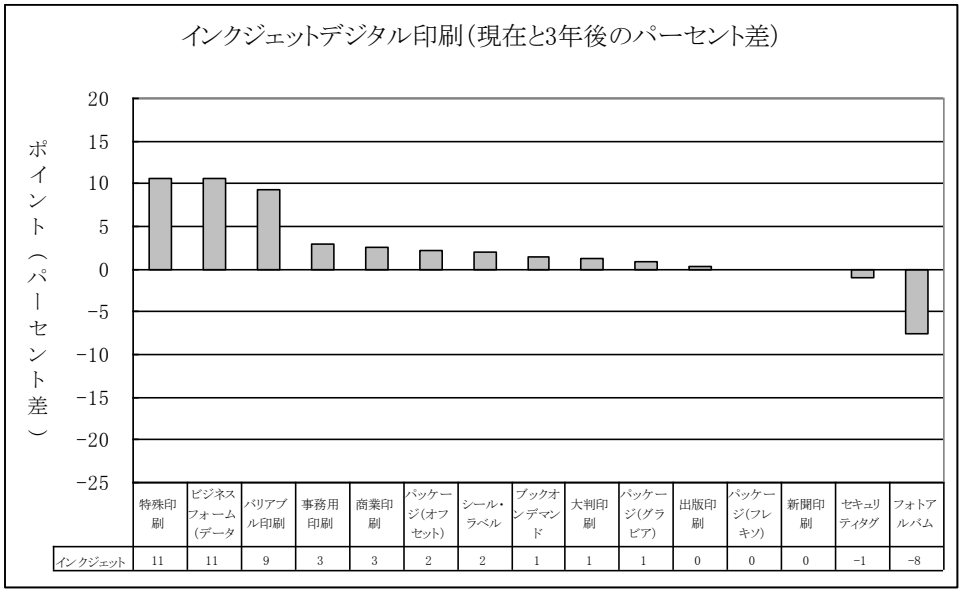
Ⅰ-3 トナーデジタル印刷の 3 年後の推移予測

3 年後は伸びると予測された印刷品目の上位は事務用印刷、フォトアルバムであり、特殊印刷、新聞印刷、出版印刷がこれに続く。一方で、バリアブル印刷とビジネスフォーム（データプリント）がマイナス回答になっている。



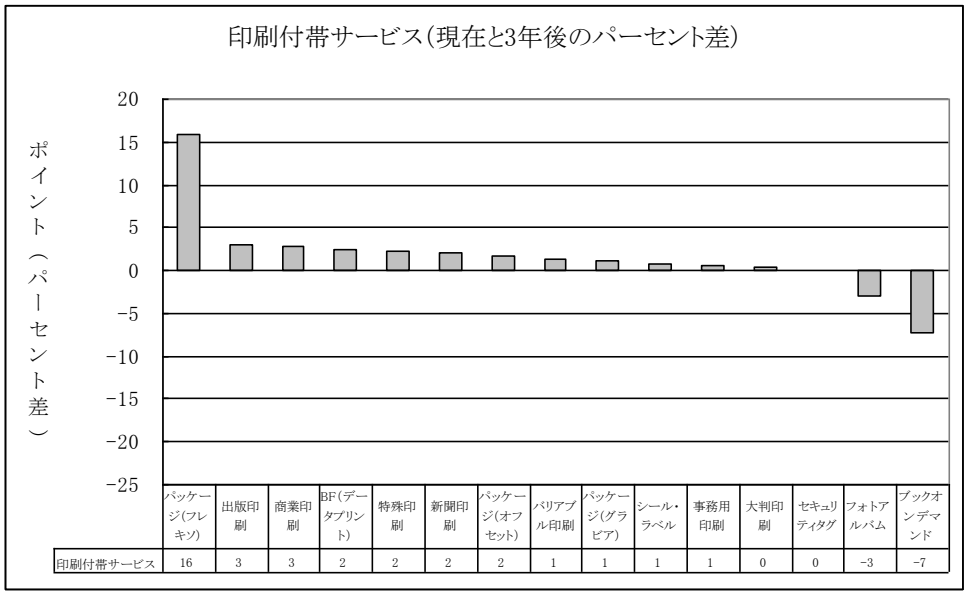
Ⅰ-4 インクジェットデジタル印刷の３年後の推移予測

3 年後は伸びると予測された印刷品目の上位は、特殊印刷、ビジネスフォーム（データプリント)、バリアブル印刷（カット紙への宛名印字、ナンバリング、可変情報出力など）の３品目である。



Ⅰ-5 印刷付帯サービスの３年後の推移予測

印刷付帯サービスは企画、デザイン、DTP.データ加工、データ入力、後加工、フルフィルメント、配送、システム開発、Web 開発など、印刷の前後工程に付帯する業務を幅広く指している。



Ⅱ．アンケート調査の結果

Ⅱ-1 アンケート回答企業

アンケートの回収率は下表のように全ての団体からも回答が得られた。しかし、回収率から見るとデジタル印刷への関心は総じて未だ低いという結果となった。

団　体　名	発送数	回収数	回収率
印刷工業会	94	21	22 %
全日本印刷工業組合連合会	86	24	28 %
日本フォーム印刷工業連合会	147	28	19 %
日本グラフィックサービス工業会	100	8	8 %
日本グラフィックコミュニケーションズ工業組合連合会	50	9	19 %
全日本シール印刷協同組合連合会	103	20	19 %
全国グラビア協同組合連合会	50	15	30 %
全日本スクリーン・デジタル印刷協同組合連合会	51	8	16 %
合計	681	133	20 %

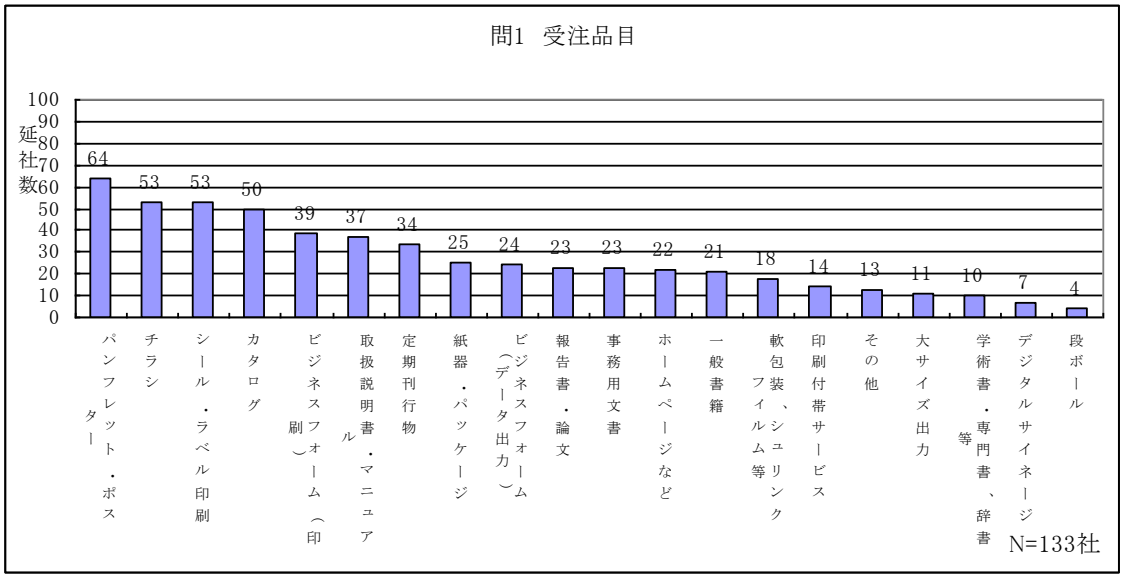
地域別では東京と関東甲信越静からの回答が半数以上を占めており続いて近畿、中部で、これら 4 地域からの回答の合計が３／４を占めている。回答率では中国が最も高いが、一方で四国からの回収はゼロで、デジタル印刷に対する意識が地域によって異なることが推察される。

地　域	発送数	回答数	回答率
北海道	33	6	18%
東北	47	6	13%
関東甲信越静	111	22	20%
東京	232	50	22%
中部	67	14	21%
近畿	88	20	23%
中国	33	9	27%
四国	31	0	0%
九州	39	6	15%
合計	681	133	20%

Ⅱ-2　アンケートの結果

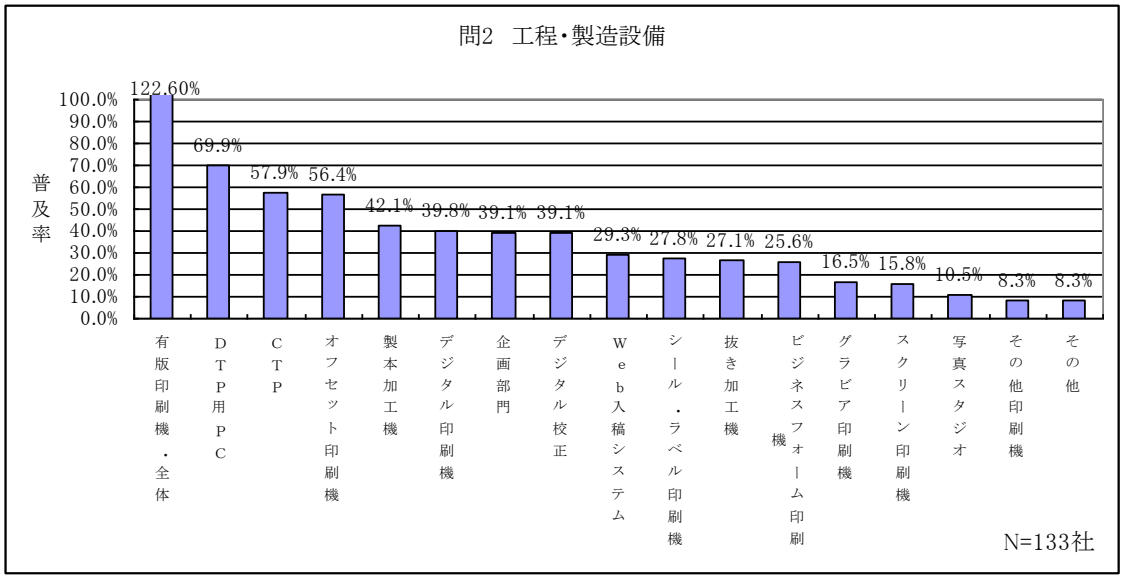
１．主要な受注品目

上位 5 位の受注品目は、①パンフレット・ポスター、②チラシ、③シール・ラベル、④カタログ、⑤ビジネスフォーム（印刷）であり、⑥取扱説明書・マニュアル、⑦定期刊行物と続く。一方で、デジタル関連である大サイズ出力は最下位から 4 番目、また関連するデジタルサイネージは同じく 2 番目と少ない。



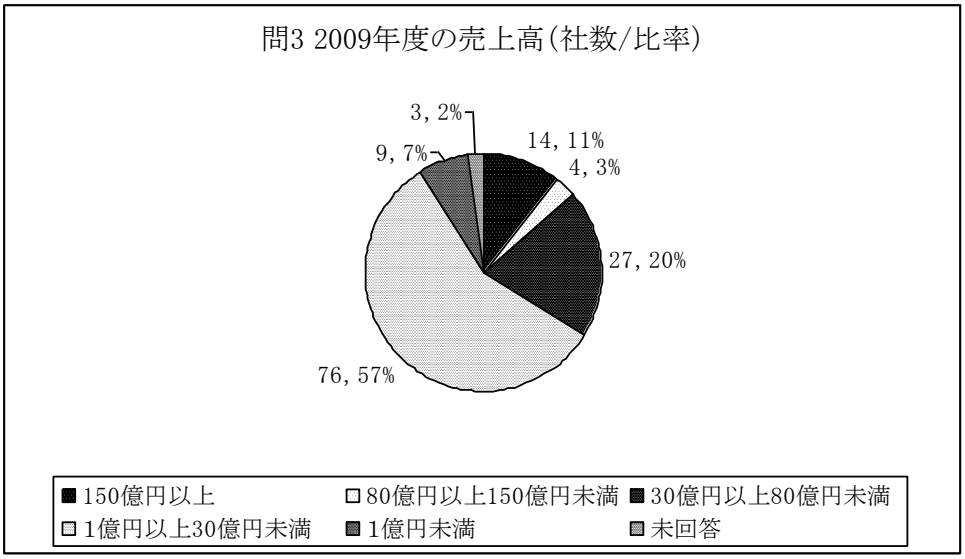
２．社内の工程・製造設備

上位 5 位までは①DTP 用 PC、②CTP、③オフセット印刷機、④製本加工機、そして⑤デジタル印刷機である。これに⑥企画部門、⑦デジタル校正、⑧Web 入稿システムが続く。



３．2009 年度の売上高

回答企業の売上高について、構成比率が最も多いのは 1 億円以上 30 億円未満の印刷会社が回答企業の 57%を占めているが、1 億円以下の小規模印刷会社の 7%を加えると 3/4 は中~小規模な印刷会社からの回答であった。デジタル印刷を小ロット印刷に活用している姿がうかがえる。一方で 150 億円以上の大手印刷会社は 11% であるが、大量のデータプリントなどを高速デジタル印刷機で処理していると推察される。



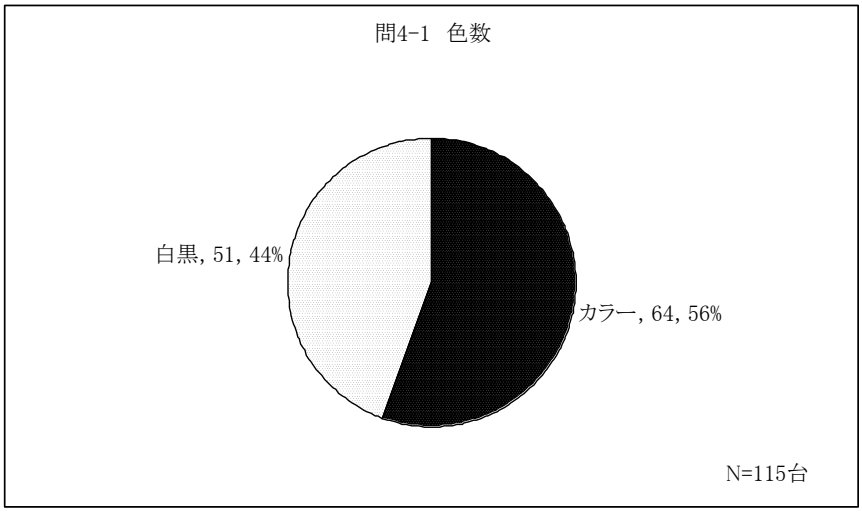
売上高(2009 年度)	社数
150 億円以上	14
80 億円以上 150 億円未満	4
30 億円以上 80 億円未満	27
1億円以上 30 億円未満	76
1億円未満	9
未回答	3

４．デジタル印刷機（生産機）の保有状況について

導入時期と導入機の収益性についての評価点を用いている。

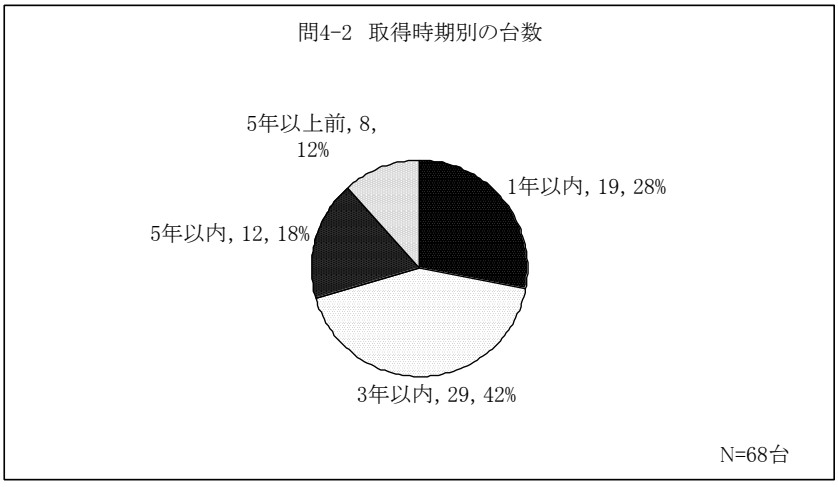
4-1 色数

デジタル印刷を設備している 53 社に 164 台が導入されており 1 社平均 3.1 台となるが、カラー機が 56%、モノクロ機が 44%である。



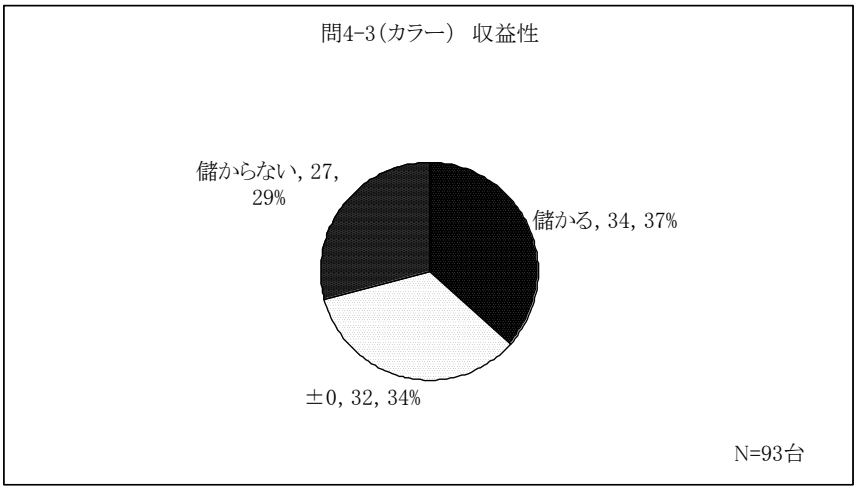
4-2 取得時期別の台数

取得時期は、5 年以上前は 12%に過ぎないが、3 年以内が 42%、1 年以内が 28%を占めている。印刷業界向けのトナー・カット紙モデルは、2000 年代の中ごろまではゼロックス、インディゴ（HP)、コダックで占められていた。そこに、コニカミノルタ、キヤノン、リコーなど複写機をベースとしたモデルが加わってきた。さらに 2008 年に開催された drupa2008 印刷機材展は「インクジェット・ドルッパ」とも称されさまざまな機種が本格的に印刷向けに登場して、デジタル印刷市場を活性化してきた。



4-3 カラー機の収益性

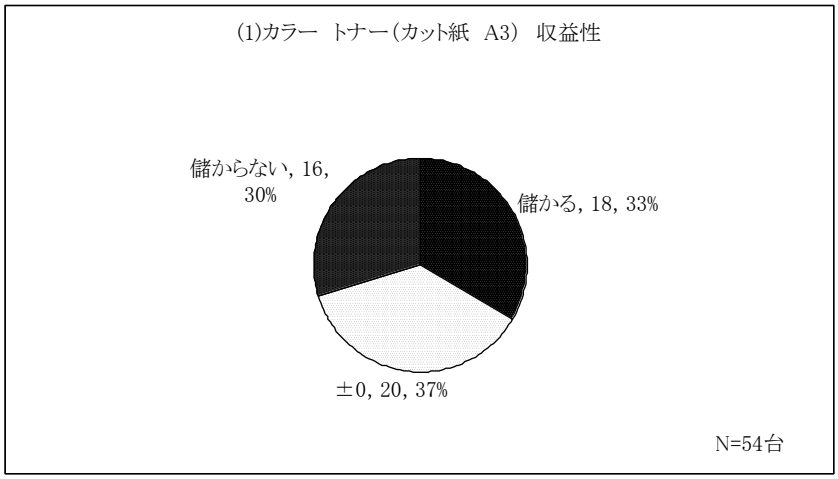
ここではカット紙・A3 判のトナー機、ワイドフォーマット機、ロール to ロール機の 3 モデルを含んでいる。カラー機全体では「儲かる」が 37%、「±０」が 34%、「儲からない」が 29%で、4 割弱は収益を得ているが 3 割は収益に課題がある。



モデル別の回答を以下に述べる。

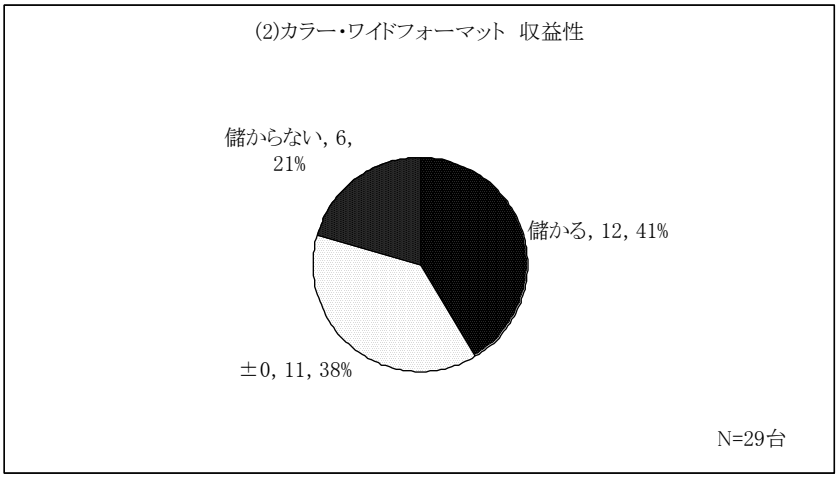
(1)カラー(トナー、カット紙、A3 モデル)の収益性

最も普及しているトナー・カット紙・A3 フルカラーモデルは、「±０」・「儲かる」・「儲からない」の順番で各々 1/3 ずつである。



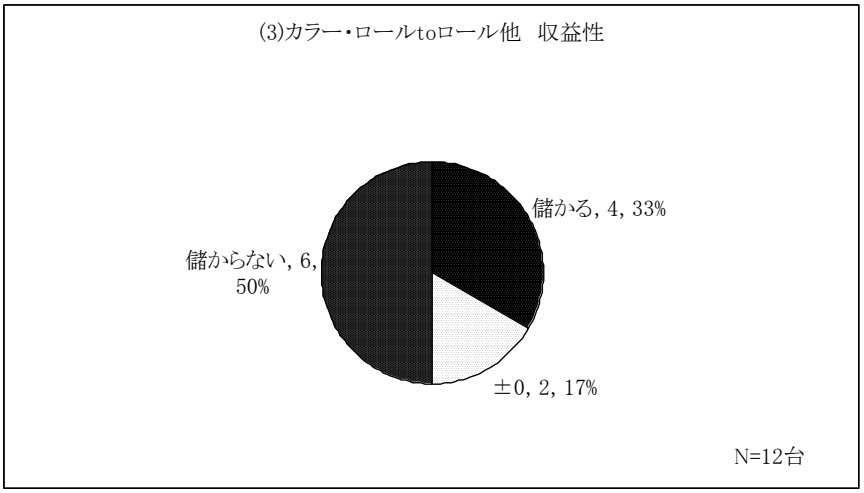
⑵カラー・ワイドフォーマット

大判のポスター、サイン&ディスプレーなどはスクリーン方式からデジタル方式への移行が進んでいる。「儲かる」が 41%。「±0」が 38%と堅実にビジネスとして成立しているようで、「儲からない」は 21%と少ない。



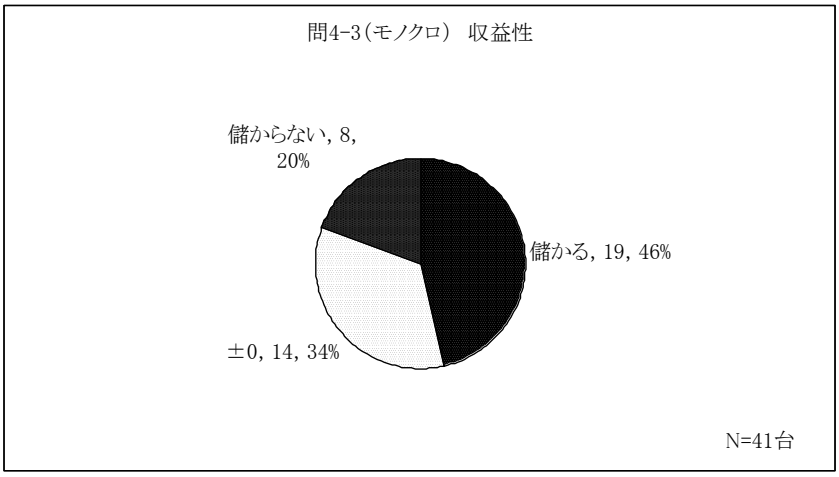
⑶カラー・ロール to ロール

カラー・ロール to ロールの印刷品目は、シール・ラベル、軟包装などのプラスチックパッケージ、新聞、ドキュメント、データプリント（トランザクション）、トランスプロモなど多岐の品目が混在している。多くの品目がデジタル印刷されているが、「儲からない」が 50%を占めている一方で、「儲かる」は 33%、「±０」が 17%である。



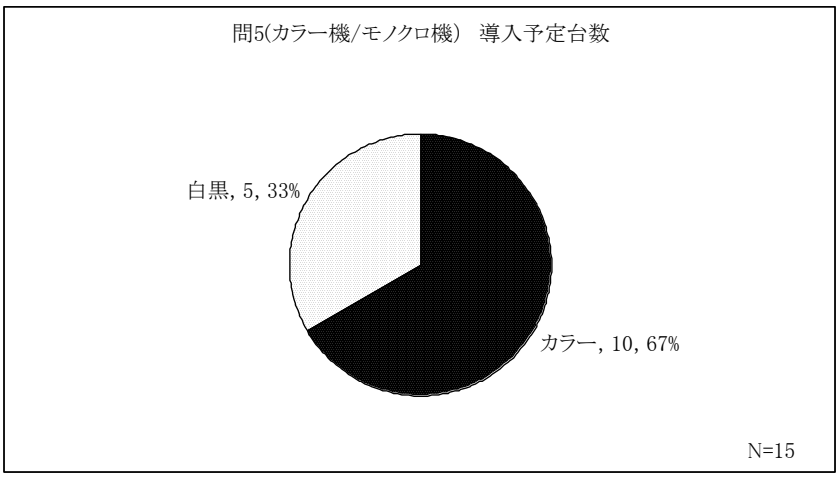
4-4 モノクロ (トナー、カット紙、A3 モデル)の収益性

デジタル印刷ビジネスにおけるモノクロ印刷の収益性について、「儲かる」が 46%、「±０」が 34%、「儲からない」は 20%と少なく、現状のモノクロ印刷は堅実なビジネスとなっているようだ。



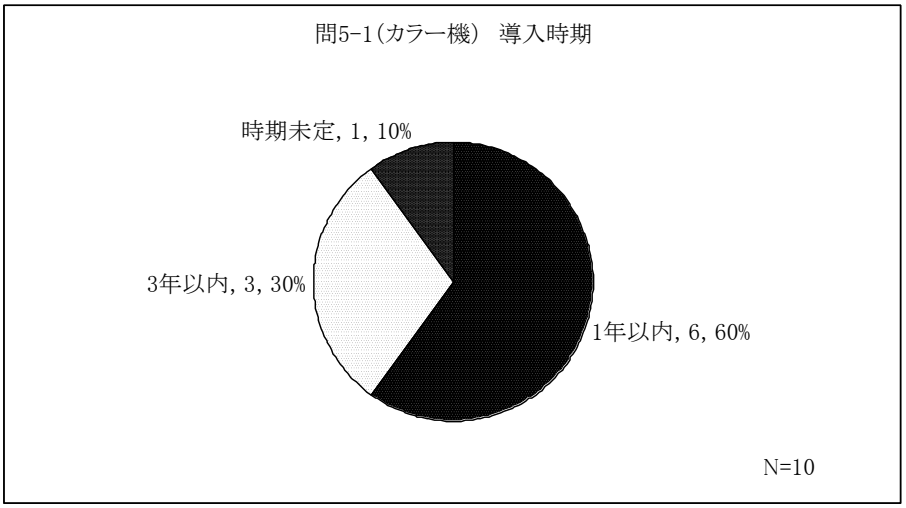
５．デジタル印刷機（生産機）の導入計画について

今後のデジタル印刷機の導入予定については 67%がカラー機を導入予定であり、モノクロ機の導入はカラー機の半分の 33%である。問 4 ではカラー機よりもモノクロ機の方が収益性が良いという回答が多いことから見ると矛盾を感じるが、回答者の多くがモノクロビジネスに限界を感じるとともに、カラービジネスの将来性への期待を伺わせる。



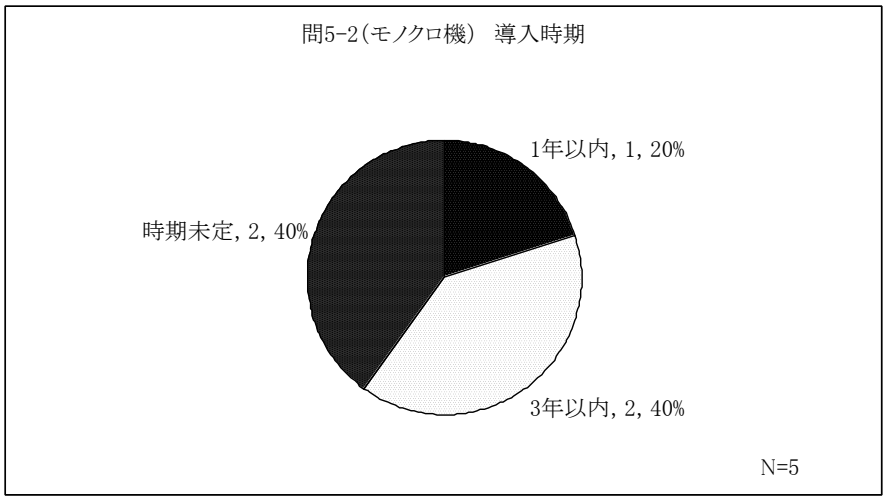
5-1　カラー機の導入時期

カラー機の導入予定は 1 年以内が 60%、3 年以内を合わせると 90%が将来性を期待していることが伺える。



5-2　モノクロ機の導入時期

一方でモノクロ機の導入時期は 1 年以内は 20%に過ぎないし、3 年以内を含めても 60%である。回答からはモノクロビジネスの将来性に大きく期待している姿は伺えない。

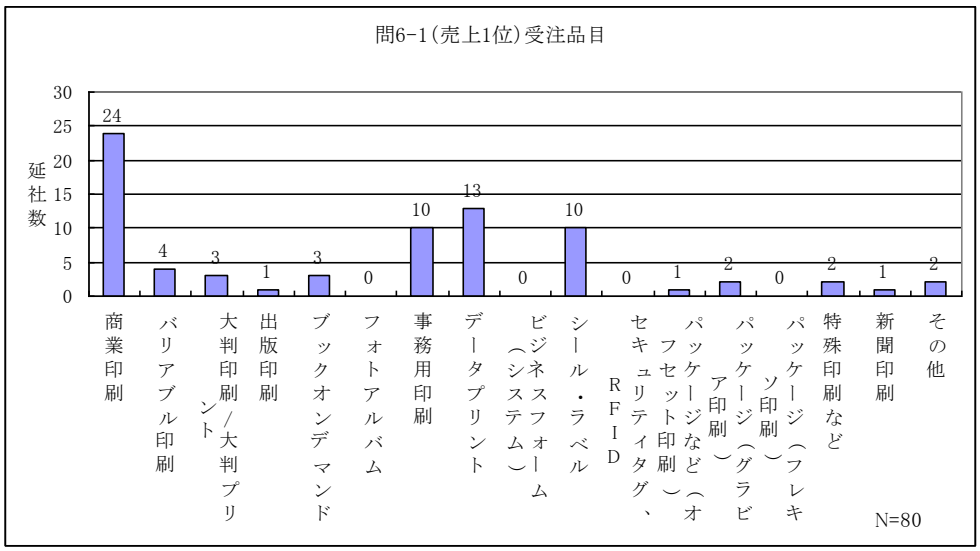


６．売上が１位から３位までの受注品目について

デジタル印刷の売上について上位３つの受注品目を聞いている。

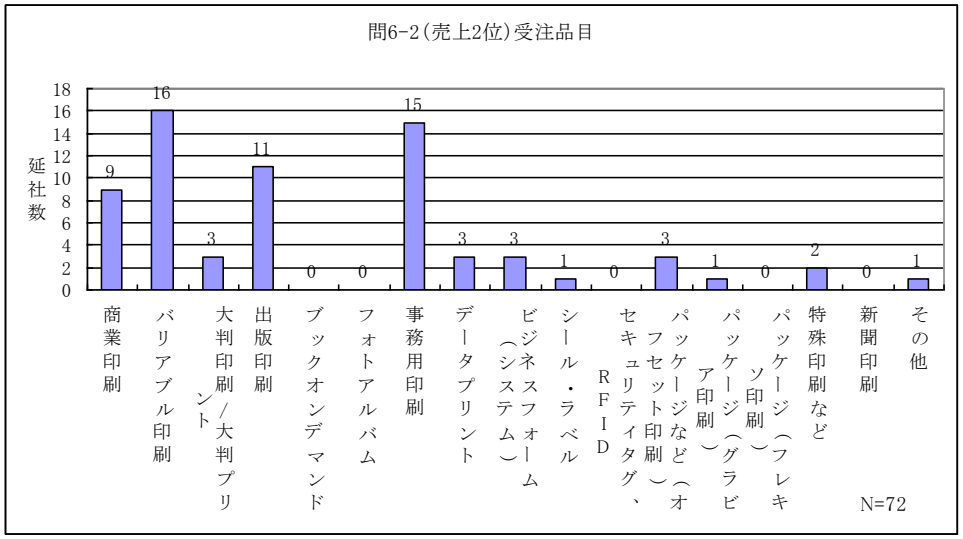
6-1　デジタル印刷で売上が１位の受注品目

商業印刷、データプリント、事務用印刷（名刺、ハガキ、グリーティングカードなど)、シール･ラベルの４品目が主体を占めている。



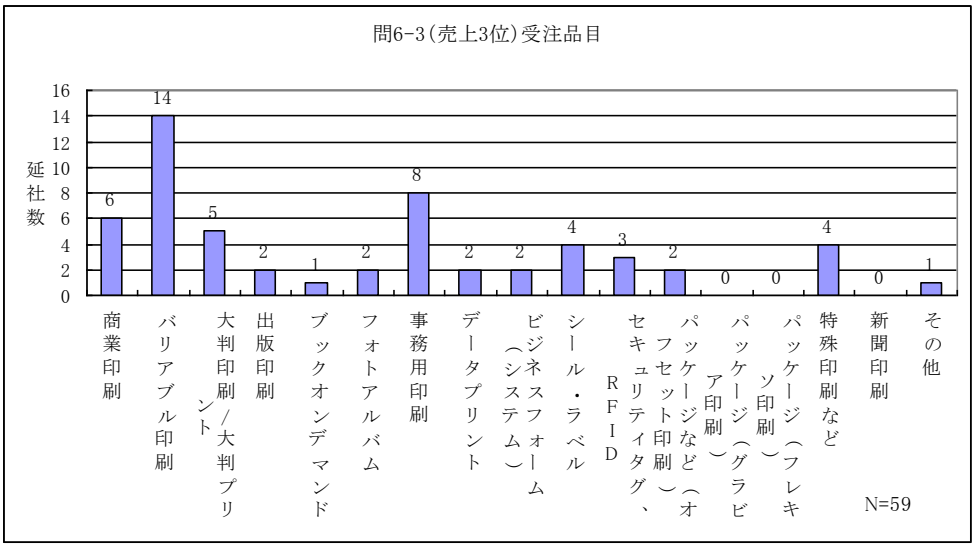
6-2　デジタル印刷で売上が２位の受注品目

バリアブル印刷（カット紙への宛名印字、ナンバリング、可変情報出力など)、事務用印刷（名刺、ハガキ、グリーティングカードなど)、出版印刷(アルバムなどの一部作りを除く)、商業印刷の４品目が主体を占めている。



6-3　デジタル印刷で売上が３位の受注品目

「売上が 3 位」の受注品目は、バリアブル印刷（カット紙への宛名印字、ナンバリング、可変情報出力など)、事務用印刷（名刺、ハガキ、グリーティングカードなど)、商業印刷、大判印刷の 3 品目にシール･ラベルと特殊印刷が続く。



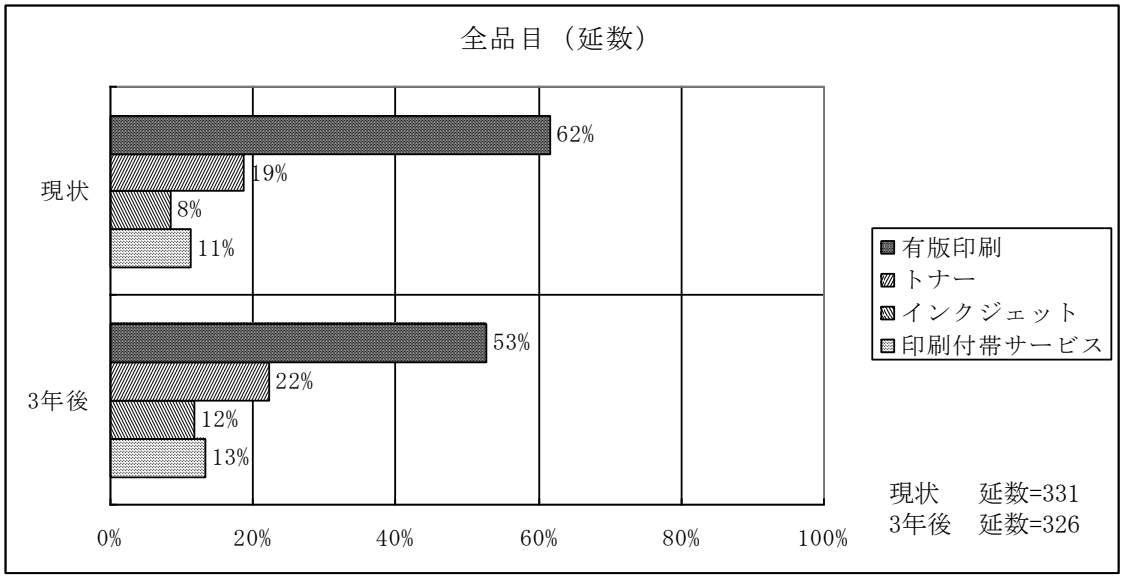
７．品目別の売上増減予測

2010 年度の売上および 3 年後の予測を聞いた。3 つの印刷方式である、有版印刷（通常の印刷)、デジタル印刷（トナー)、デジタル印刷（インクジェット）に加えて、印刷付帯サービス（印刷の前後工程の売上）についての、現状と 3 年後(2013 年)の売上予測である。

＊「印刷付帯サービス」とは企画、デザイン、DTP.データ加工、データ入力、後加工、フルフィルメント、配送、システム開発、Web 開発など、印刷の前後工程に付帯する業務を幅広く指す。

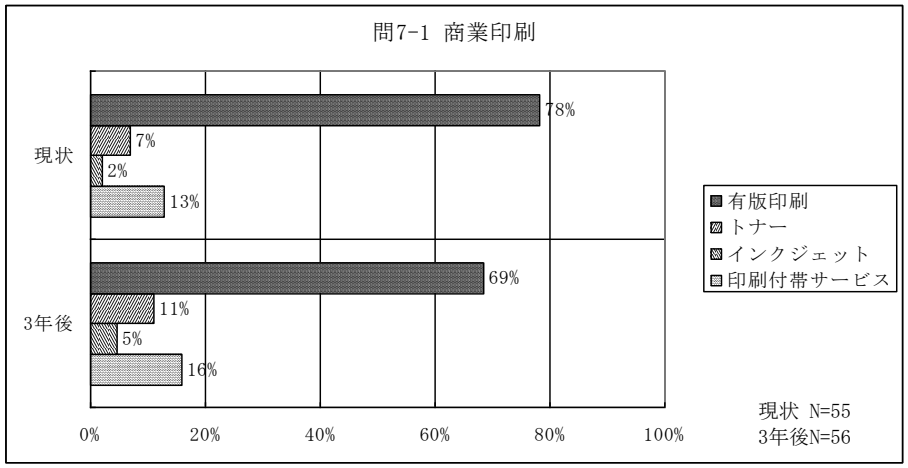
全品目における売上比率は、現状で多い順に有版印刷 62%、トナー機 19%、印刷付帯サービス 11%、インクジェット機 8%であり、3 年後の予測はそれぞれ 53%、22%、13%、12%である。

現状と 3 年後の比較では、デジタル印刷などは増加（トナー機：＋3 ポイント、インクジェット機：＋4 ポイント、印刷付帯サービス：＋2 ポイント）であるが、有版印刷の比率は大きく減少（－9 ポイント）することが予測されている。



7-1 商業印刷

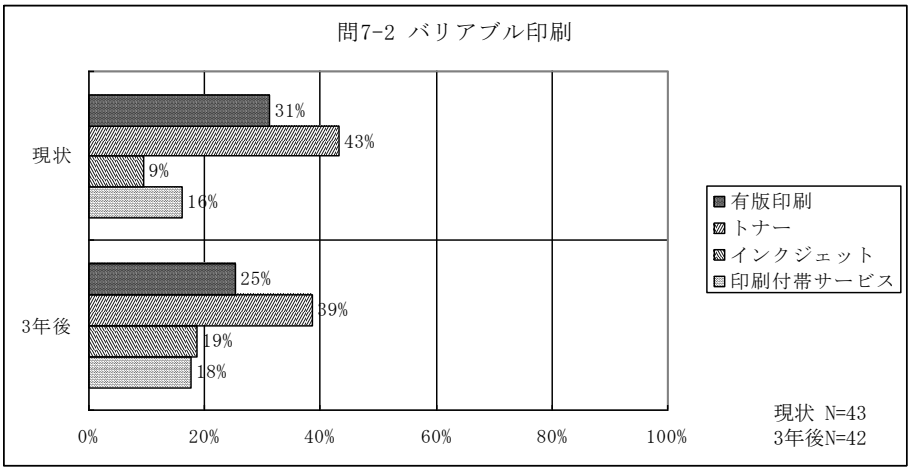
商業印刷の売上比率は、現状は多い順に有版印刷 78%、印刷付帯サービス 13%、トナー機 7%、インクジェット機 2%であり、3 年後の予測はそれぞれ 69%、16%、11%、5%である。現状と 3 年後の比較では、デジタル印刷などは増加（トナー機：＋4 ポイント、インクジェット機：＋3 ポイント、印刷付帯サービス：＋3 ポイント）であるが、有版印刷の比率は減少（−9 ポイント）であると予測されている。



7-2 バリアブル印刷（カット紙への宛名印字、ナンバリング、可変情報出力など）

カット紙への宛名印字、ナンバリング、可変情報出力などのバリアブル印刷における売上比率は現状で多い順にトナー機 43%、有版印刷 31%、印刷付帯サービス 16%、インクジェット機 9%であり、3 年後の予測はそれぞれ 39%、25%、18%、19%である。

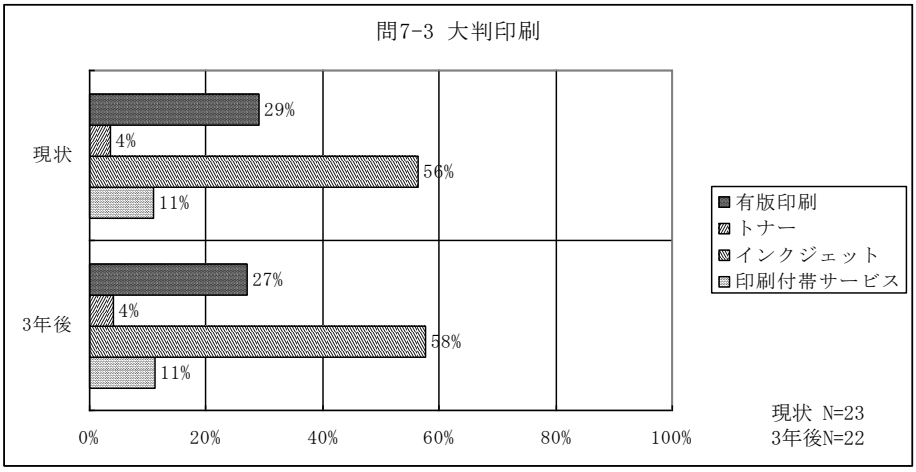
現状と 3 年後の比較では、増加が予測されているのはインクジェット機（＋10 ポイント）と印刷付帯サービス（＋2 ポイント）であり、有版印刷（−6 ポイント）、トナー機（−4 ポイント）は減少が予測されている。固定情報を有版で印刷して可変情報をデジタル印刷するハイブリッド印刷から、白紙へのフルデジタル印刷への移行が進むことが読み取れる。



7-3 大判印刷/大判プリント

大判印刷/大判プリントの売上比率は、現状で多い順にインクジェット機 56%、有版印刷 29%、印刷付帯サービス 11%、トナー機 4%であり、3 年後の予測はそれぞれ 58%、27%、11%、4%である。

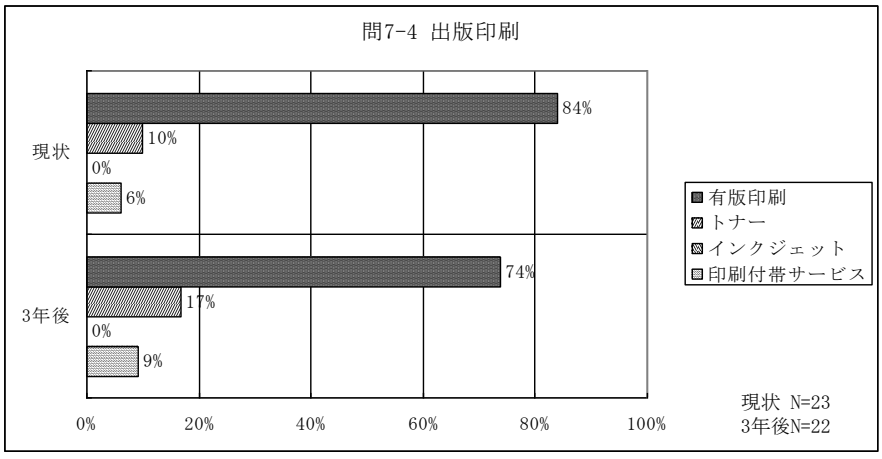
現状と 3 年後の比較では、インクジェット機がわずかに（＋2 ポイント）増加が予測されているが、トナー機と印刷付帯サービスは横ばいであり、有版印刷がわずかに減少（－2 ポイント）するとの予測である。



7-4 出版印刷（一部作りを除く）

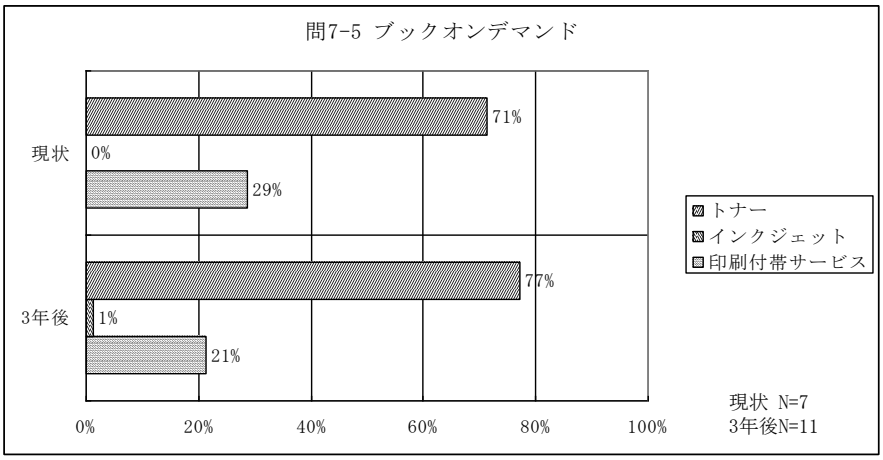
出版印刷（アルバムなどの一部作りを除く）における売上比率は、現状で多い順に有版印刷 84%、トナー機 10%、印刷付帯サービス 6%、インクジェット機は 0%であり、3 年後の予測はそれぞれ 74%、17%、9%、0%である。

現状と 3 年後の比較では、増加はトナー機（＋7 ポイント）と印刷付帯サービス（＋3 ポイント）であるが、インクジェット機については現状も 3 年後もゼロであり、有版印刷は大きく減少（－10 ポイント）すると予測されている。



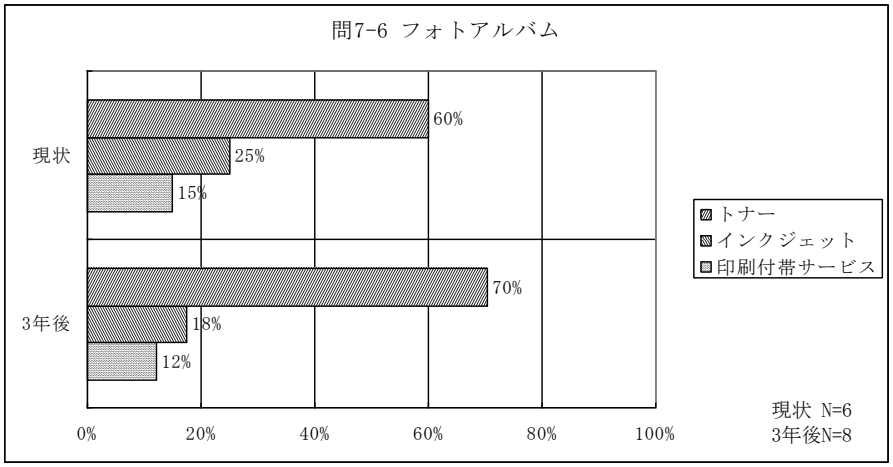
7-5 ブックオンデマンド

1 冊ごとに内容やページ数が異なるためフルデジタル印刷でなければ印刷できないブックオンデマンド（BOD）の売上比率は、現状では多い順にトナー機 71%、印刷付帯サービス 29%、インクジェット機 0%であり、3 年後の予測はそれぞれ 77%、1%、21%である。
現状と 3 年後の比較では、増加はトナー機（＋6 ポイント）とインクジェット機（＋1 ポイント）で、印刷付帯サービスは減少（－8 ポイント）するとの予測である。



7-6 フォトアルバム

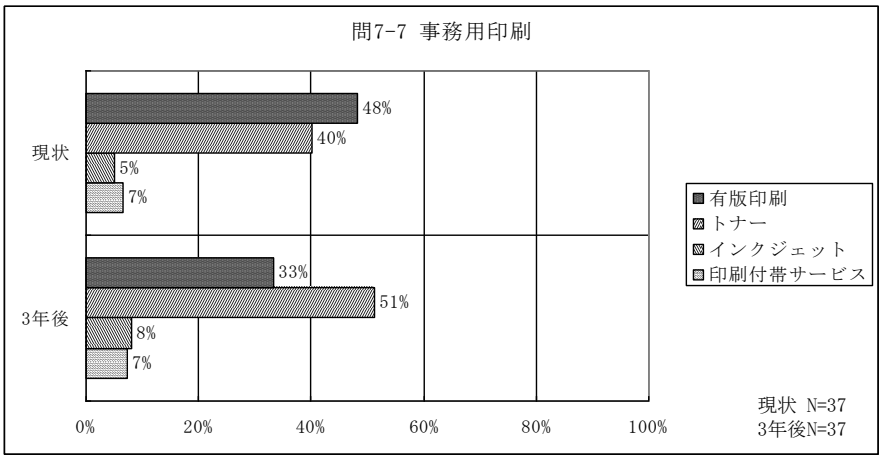
フォトアルバムにおける売上比率は、現状では多い順にトナー機 60%、インクジェット機 25%、印刷付帯サービス 15%、であり、3 年後の予測はそれぞれ 70%、18%、12%である。
現状と 3 年後の比較では、大幅に伸びるのはトナー機（＋10 ポイント）だけであり、インクジェット機（－7 ポイント）、印刷付帯サービス（－3%）はいずれも減少するとの予測である。



7-7 事務用印刷（名刺、ハガキ、グリーティングカードなど）

事務用印刷における売上比率は、現状では多い順に有版印刷 48%、トナー機 40%、印刷付帯サービス 7%、インクジェット機 5%で、3 年後の予測はそれぞれ 33%、51%、7%、8%である。

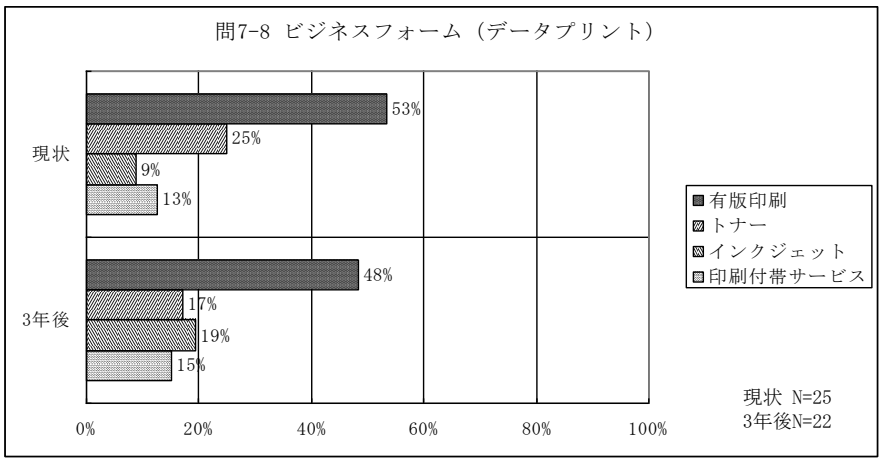
現状と 3 年後の比較では、増加はトナー機（＋11 ポイント）とインクジェット機（＋3 ポイント）であり、印刷付帯サービスは横ばい、有版印刷は－15 ポイントとの予測である。



7-8 ビジネスフォーム（DPS）

ビジネスフォーム（DPS：データプリント）における売上比率は、現状では多い順に有版印刷 53%、トナー機 25%、印刷付帯サービス 13%、インクジェット機 9%であり、3 年後の予測はそれぞれ 48%、17%、15%、19%であり、有版印刷とデジタルを連携したハイブリッド印刷が多く用いられている。

現状と 3 年後の比較では、増加はインクジェット機（＋10 ポイント）と印刷付帯サービス（＋2 ポイント）で、減少はトナー機（－7 ポイント）と有版印刷（－5 ポイント）が共に－8 ポイントとの予測である。データプリントがトナー機からインクジェット機へ、モノクロからカラー出力へ、ハイブリッド印刷からフルデジタル印刷への移行が読み取れる。



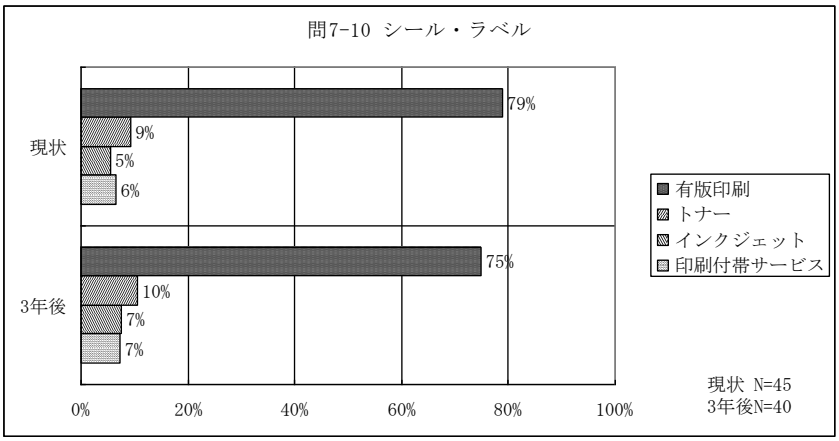
7-9 ビジネスフォーム（システム開発、データ入力）

（設問の意図が曖昧であったため集計とコメントを行いません）

7-10 シール・ラベル

シール・ラベルにおける売上比率は圧倒的に有版印刷が高い。現状では多い順に有版印刷 79%、トナー機 9%、印刷付帯サービス 6%、インクジェット機 5%であり、3 年後の予測はそれぞれ 75%、10%、7%、7%である。

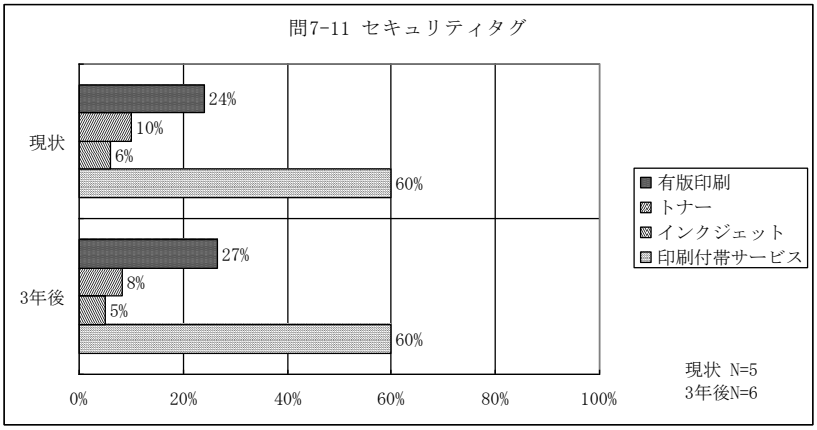
現状と 3 年後の比較では、増加はトナー機（＋1 ポイント)、インクジェット機（＋2 ポイント)、印刷付帯サービスが（＋1 ポイント）で、有版印刷のみ－4 ポイントの予測である。



7-11 セキュリティタグ、RFID

セキュリティタグ、RFID における売上比率は印刷付帯サービスの比率が高い。現状では多い順に印刷付帯サービス 60%、有版印刷 24%、トナー機 10%、インクジェット機 6%であり、3 年後の予測はそれぞれ 60%、27%、8%、5%で、4 分野の比率に大きな変化は無い。

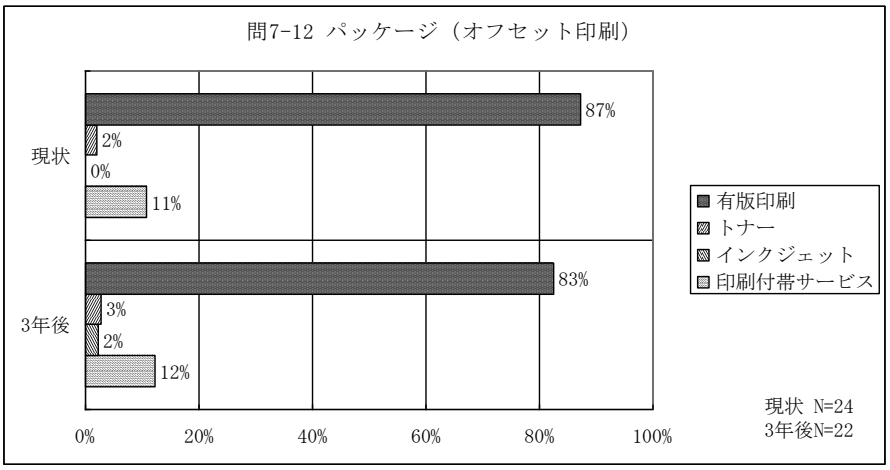
現状と 3 年後の比較では、有版印刷のみ＋3 ポイントの増加であるが、印刷付帯サービスは横ばい、デジタル印刷機はトナー機（－2 ポイント)、インクジェット機（－1 ポイント）と共に減少が予測されている。



7-12 パッケージ・包装・特殊印刷（オフセット印刷分野）

オフセット印刷によるパッケージ・包装・特殊印刷の売上比率は、圧倒的に有版印刷が高い。現状では多い順に有版印刷 87%、印刷付帯サービス 11%、トナー機 2%、インクジェット機 0%であり、3 年後の予測はそれぞれ 83%、12%、3%、2%である。

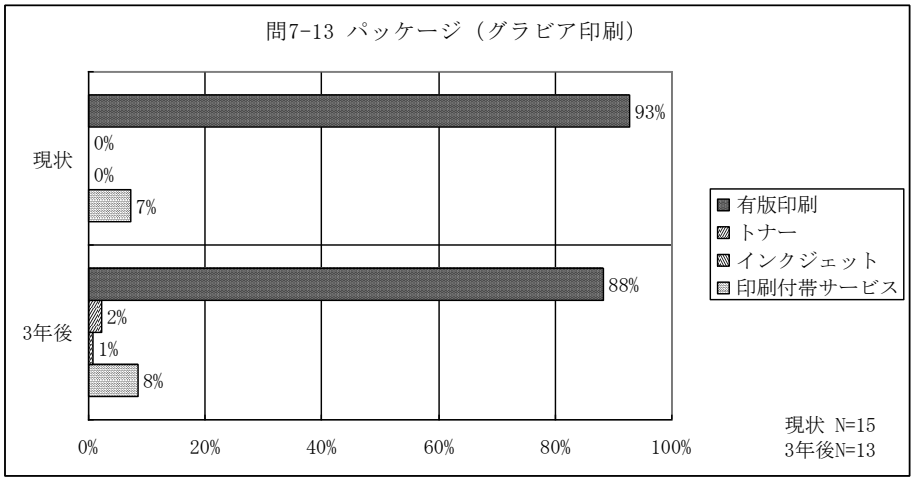
現状と 3 年後の比較では、増加はインクジェット機（＋2 ポイント)、トナー機（＋1 ポイント)、印刷付帯サービスが共に（＋1 ポイント)、有版印刷のみ減少（－4 ポイント）が予測されている。



7-13 パッケージ・包装・特殊印刷（グラビア印刷分野）

グラビア印刷によるパッケージ・包装・特殊印刷の売上比率は、圧倒的に有版印刷が高い。現状では多い順に有版印刷 93%、印刷付帯サービス 7%、デジタル印刷はトナー機、インクジェット機、共に 0%で、3 年後の予測はそれぞれ 88%、8%、2%、1%である。

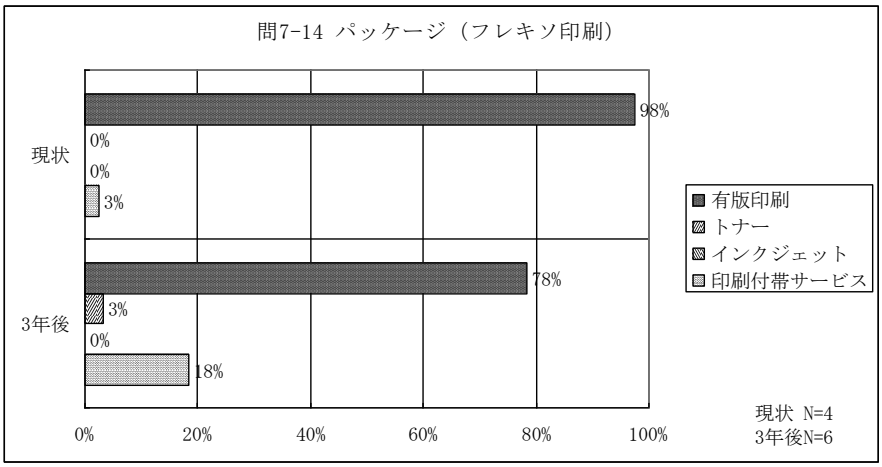
現状と 3 年後の比較では、増加はトナー機（＋2 ポイント)、インクジェット機（＋1 ポイント)、印刷付帯サービス（＋1 ポイント)、減少は有版印刷（－5 ポイント）と予測されている。



7-14 パッケージ・包装・特殊印刷（フレキソ印刷分野）

フレキソ印刷によるパッケージ・包装・特殊印刷の売上比率は、圧倒的に有版印刷が高い。現状では多い順に有版印刷 98%、印刷付帯サービス 3%、デジタル印刷はトナー機、インクジェット機、共に 0%で、3 年後の予測はそれぞれ 78%、18%、3%、0%である。

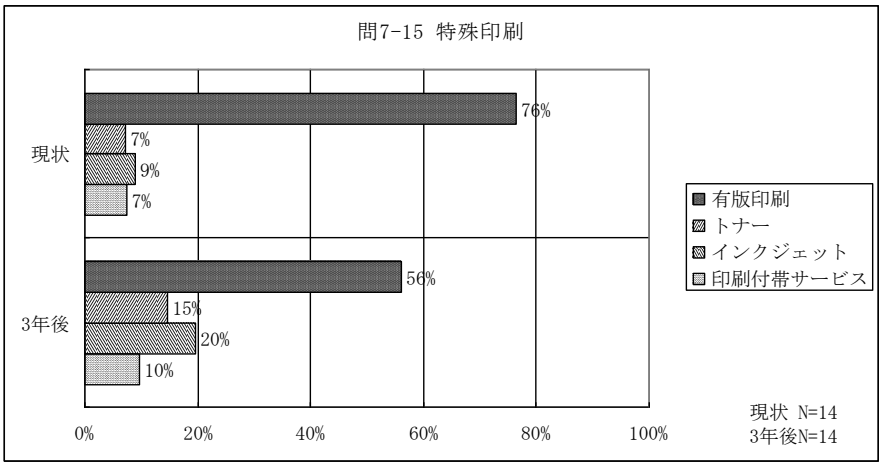
現状と 3 年後の比較では、増加は印刷付帯サービス（＋15 ポイント）、トナー機（＋3 ポイント）、減少は有版印刷（－20 ポイント）の大幅減、インクジェット機はゼロの予測である。



7-15 特殊印刷/その他

特殊印刷/その他の売上比率は有版印刷が高い。現状では多い順に有版印刷 76%、インクジェット機 9%、トナー機 7%、印刷付帯サービス 7%、3 年後の予測はそれぞれ 56%、20%、15%、10%である。

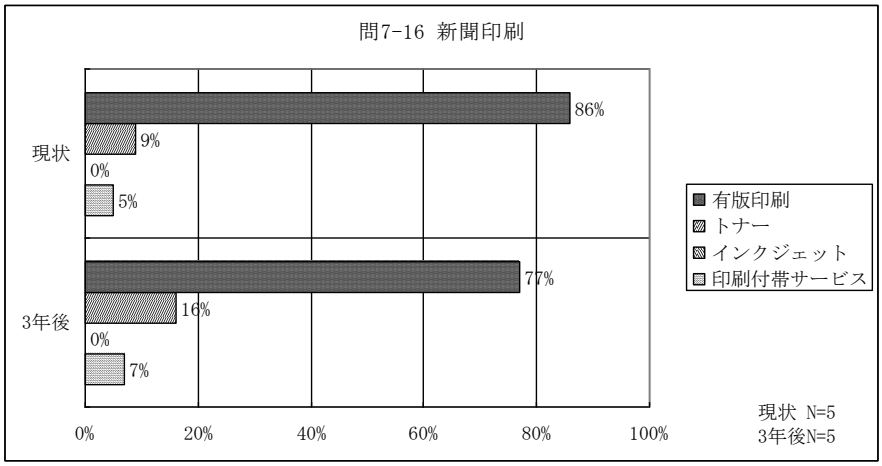
現状と 3 年後の比較では増加はインクジェット機（＋11 ポイント）、トナー機（＋8 ポイント）、印刷付帯サービス（＋3 ポイント）、有版印刷は－20 ポイントの大幅減の予測である。



特殊印刷例：特殊素材への印刷、特殊インキの印刷、フロアマット、マウスパッド、ステーショナリー、サーマル紙、計測機用記録紙、封印シール、時計用巻き札、リライトカード、ロイコカード、和洋帳簿類など

7-16 新聞印刷

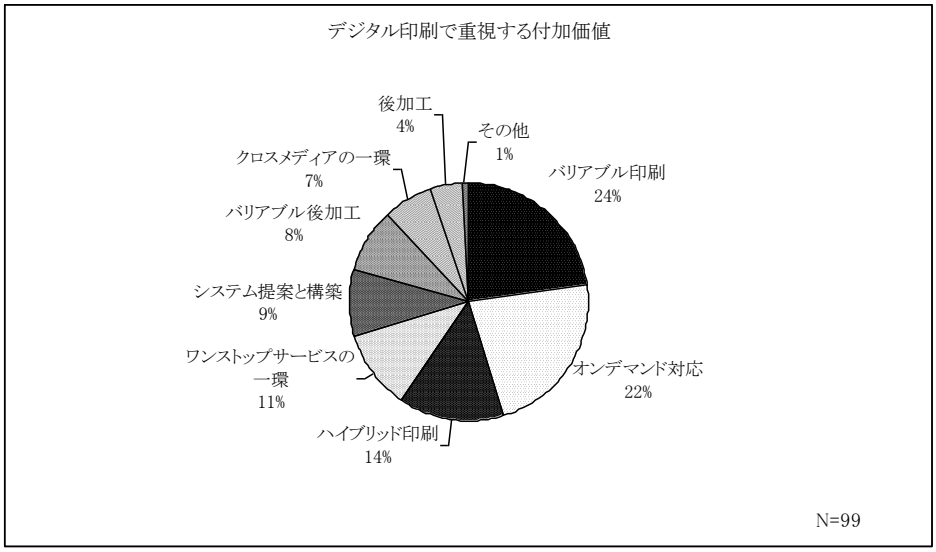
新聞印刷の売上比率は圧倒的に有版印刷が高い。現状では多い順に有版印刷 86%、トナー機 9%、印刷付帯サービス 5%、インクジェット機 0%、3 年後の予測はそれぞれ 77%、16%、7%、0%である。現状と 3 年後の比較では、増加はトナー機（＋7 ポイント）、印刷付帯サービス（＋2 ポイント）、減少は有版印刷（－9 ポイント）であるが、インクジェット機はゼロのままであると予測されている。



８．デジタル印刷で重視している付加価値

デジタル印刷で最も重視されているのは「バリアブル印刷」で「バリアブル後加工」と合わせると 32%と 1/3 を占める。続いて「オンデマンド（短納期）対応」が 22%、デジタル印刷と有版印刷を組み合わせた「ハイブリッド印刷」の 14%、「後加工」が４％である。ここまでは印刷と加工という物作りであり全体の 7 割以上を占める。

一方、ソフト分野である「ワンストップサービス」（11%）、「システム提案と構築」（9%）、「クロスメディアの一環」（7%）、「その他」（1%）は全体の 3 割を切る。



９．デジタル印刷の活用度をさらに高めるについてのコメント（フリーアンサー）

【仕様】

・用紙を選ばないでプリントできるようになれば良いと、まだまだ汚すものやレザックなど問題がある。封筒やシールも一緒に一台で印刷できれば良い（オプションでよいので)。

・大判インクジェットプリンターの印字スピードがもっと速くなれば、生産性が上がり、製品単価も下げられるので見積もりが合うが、現状では見積もりが通らないことが多い。

・色調や仕上がり具合が、従来のオフセットなどの印刷方式と整合性が取れるとなお良い。

・インクジェット出力でハガキ（単面)、封筒ができるものがあればよい。

・コップ原紙、コートボール等への印刷可能な機種が有れば協力会社への導入を考えたい。

・インクジェット機の印刷速度の大幅アップとオンデマンド印刷機の幅広化。

・高速（5～10 倍）かつ安価（1/2～1/3）な装置が開発されれば、現在のグラビア印刷のかなり部分を代替可能と思われる。

・印刷幅の拡大とラミネートの対応。デジタル印刷機の使用可能な基材の巾が広がれば、どんなフィルムにも適用でき、活用の幅が広がることと、機器の価格が安くなってくれば、コストパーフォーマンスもさらに向上し、もっと普及してくると思う。

・オンデマンド機を扱う機械メーカーで共通の定義・仕様など業界団体などを作って取り組むべき。機械により違いがありすぎ。1 機 1 対応では覚えることが多すぎる。

【品質】

・オフセット印刷機と同等の安定した品質

・諸物性の良化（ブロッキング、耐性等)。

・精度向上、表面耐力向上を望む。

・リピートオーダーの印刷物に対し、ロットの大小で有版と使い分けができるようになれば良い。その為にはより用紙の選択範囲が広く（薄厚紙とも)、また有版との CMS がクライアントやユーザーに受け入れられるレベルになることが望まれる。

・色と見当の安定。幅広い用紙への対応。

・品質の安定、見当精度（表裏）の向上とランニングコストが下がれば良い。

・帳票類がメイン商品なので、オンデマンド機で複写出力の際にプリント位置の個体による差が無くなれよい。通信速度の改善。

【変化対応】

・デジタルプレス技術のイノベーションは顧客業務のイノベーションに繋がる。

・印刷会社と顧客が問題を共有化し、顧客価値最大化を実現するもっとも重要な技術がデジタルプレス技術であると思う。受発注システムの構築。

・ビジネスとして採算を成り立たせるために、(1)印刷会社側のワークフロー改善（ムダを廃する)、(2)顧客側の協力・価値の見通し、(3)生産機器メーカーの価値体系の改善（本体価格、保守費用、消耗品費用等）を望む。

・印刷会社自身がオフセット印刷機の置き換えではなく、従来の印刷会社ではできなかっ

たビジネスモデルを作る必要がある。受注型から提案型へ、クロスメディアビジネスへの教育訓練が必要だ。
・デジタル化が進むにつれて、発注者自身が印刷の内製化がはじめるため脅威ではある。
・デジタル印刷機は極小ロット、超短納期に最も適したデジタル印刷は、これからスピードもどんどん早くなるだろうし、品質ももっともっと良くなるだろうし、正にこれからのプルリンティングマシンだと思う。
【収益】
・デジタル印刷の経済ロットと有版印刷の経済ロットの差が未だあり、その中間のロットへの対応に苦慮することがある。
・オフセット印刷のハードとデジタル印刷を入れると、社内外の価格体系にオフとデジの差の乱れが生じてしまう。営業しづらくて、なやましい。
・デジタル印刷は、お客様が内製化でデザイナーを入れ、社内兼務し、処理してしまう会社もあり、すみわけでいくのではないか。
・お客様の要望に対して付加価値を確実に受け取れるようにしておかなければ単に安売りの道具となってしまうので、具体例を挙げて価格、メリットの発信が出来ると良い。
・デジタルプレス技術が市場価値、単価下落の誘発、コストダウンの道具であってはいけない。顧客側はその利便性、コンテンツの価値、機能を十分理解していただきたい。
【価格】
・設備の本体価格が高い。設備の陳腐化が早く、設備寿命（耐用年数）もまだ短い。
・シール・ラベル分野のデジタル印刷機を現在、評価段階であるが、小ロット対応の廉価な間欠凸版印刷機の導入が進んでおり、デジタル印刷機が普及していくには、デジタル印刷機のメンテ契約料やインク代等も含めたトータルでのコストダウンが必要と考える。
・材料コスト低下(トナー、インク、専用紙)
・初期コストが下がれば良い。カウンター料金はどうにかならないか。
・ＤＰＳの価格も業界都合で設置費インフラに金がかかりすぎる。
・トナーコストの削減。メインテナンス料金の削減など。
【技術】
・パッケージ分野。drupa2008 以降、関心は持っているが市場性が時期尚早とみている。
・画像の編集が簡単かつ業界標準が整備されるとよい。
・デジカメが動画が撮れる時代に、静止画の可変などでは時代に付いて行ってない。
【その他】
・スクリーン印刷で工業用部品の印刷業務を主としている。インクジェット印刷機は保有しているが、このアンケートでは回答するところが無い。
・一番多い利用形態が DDCP/校正用途であり、そこだけ抜き出して売上げ計算できない。
・くじの番号印刷をデジタル印刷で行っているが、これをもってくじの印刷全体の売上げとするのは実態に合わず、算出困難なものは未回答。

印刷業界におけるデジタル印刷に関するアンケート調査

平成 22 年 4 月
社団法人 日本印刷産業連合会

１．アンケートの目的

印刷産業における**デジタル印刷**（**生産機として小ロットや可変データ出力ができる無版方式のデジタル出力機**）による印刷物生産の技術的な進展はめざましいものがあります。

印刷業向けのデジタル印刷機も 10 年以上前に登場して以来、機種の幅や製造できる品目も拡大してきていますが、印刷物生産における活用は未だ限定的です。今後は印刷業界でもデジタル印刷機をさらに活用して、発注元の要望に応えていくことが求められています。

そこで、国内の印刷産業におけるデジタル印刷の状況を把握し、今後、さらに活用度を高めていくための対応策を調査研究することを目的にして，本アンケートを実施いたします。

ご回答いただける範囲でのご記入をお願いいたします。

２．調査結果

本アンケートをご回答していただいた方には、本調査の概要版をお送りします。

３．アンケート結果の利用

本アンケートは業界の実態を調査するもので、個別回答結果を公表することはありません。

４．アンケートのご返送

回答ご記入後のアンケートは**平成 22 年 5 月 21 日（金）まで**に下記 FAX 又はE-Mail にてご返信下さい。

〒104-0041 東京都中央区新富 1-16-8 日本印刷会館 8 階
（社）日本印刷産業連合会 TEL03-3553-6051 **FAX 03-3553-6079** 担当：中村
E-Mail tsakamoto@jfpi.or.jp

団体名			
会社名		代表者名	
会社所在地 （本社）	〒		
ご記入者	所属	役職	氏名
	TEL FAX E-Mail @		
従業員数	①1～19 人，②20～49 人，③50～99 人，④100～299 人，⑤300 人以上（いずれかに○）		

上記をご記入の上，以下のアンケートにお答え下さい。

以下の設問に対し、該当する数字に記号を付け、記述欄には数字やコメントをお書きください。

問 1. 貴社の主要な受注品目を次からお選びください（□にレを記入　複数回答可）

1□定期刊行物　2□一般書籍　3□学術書・専門書、辞書・百科事典　4□パンフレット、ポスター　5□チラシ　6□カタログ　7□取扱説明書・マニュアル　8□ビジネスフォーム(印刷)　9□ビジネスフォーム(データ出力)　10□報告書・論文　11□事務用文書　12□紙器・パッケージ　13□シール・ラベル印刷　14□軟包装、シュリンクフィルム、ビニール　15□大サイズ出力(A0 判以上)　16□段ボール　17□ホームページなどマルチメディア制作　18□印刷付帯サービス(フルフィルメント:組み立て、キッティング、パッキングなどの付帯作業)19□デジタルサイネージ
20□その他(　　)

問 2. 貴社の工程・製造設備を次からお選びください（□にレを記入　複数回答可）

1□企画部門　2□写真スタジオ　3□Web 入稿システム　4□DTP 用 PC(MAC など)　5□デジタル校正　6□CTP　7□オフセット印刷機　8□スクリーン印刷機　9□グラビア印刷機　10□シール・ラベル印刷機　11□ビジネスフォーム印刷機　12□デジタル印刷機　13□その他印刷機(　　)
14□製本加工機　15□抜き加工機 16□その他(　　)

問 3. 貴社の 2009 年度の売上高（年間）を①記載するか、②該当する範囲に○をつけてください。

① 2009 年度の売上高（年間）を記載してください。(株式を公開している企業)

億円

② 2009 年度の売上高（年間）の該当する範囲に○をつけてください。

売上	2009 年
1 億円未満	
1 億円以上 30 億円未満	
30 億円以上 80 億円未満	
80 億円以上 150 億円未満	
150 億円以上	

問4.　デジタル印刷機（生産機）の保有状況について

・導入時期と導入機の収益性についての評価点について該当するものを〇で囲んで下さい。

				取得時期別の台数(数字で記入)				
	メーカー名	機種名	色数	1年 以内	3年 以内	5年 以内	5年 以上	収益性(〇印)
1			カラー／白黒					儲からない ±0 儲かる
2			カラー／白黒					儲からない ±0 儲かる
3			カラー／白黒					儲からない ±0 儲かる
4			カラー／白黒					儲からない ±0 儲かる
5			カラー／白黒					儲からない ±0 儲かる
6			カラー／白黒					儲からない ±0 儲かる
7			カラー／白黒					儲からない ±0 儲かる
8			カラー／白黒					儲からない ±0 儲かる

問 5.　デジタル印刷機（生産機）の導入計画について

				導入予定台数			
	メーカー名	機種名	色数	台数 （計）	1年 以内	3年 以内	機種選定理由など
1			カラー／白黒				
2			カラー／白黒				
3			カラー／白黒				
3			カラー／白黒				

問 6. 貴社のデジタル関連の受注品目について、売上の上位３つの順位をご記入ください。

	売上順位	品　目
1		商業印刷
2		バリアブル印刷（カット紙への宛名印字、ナンバリング、可変情報出力など）
3		大判印刷/大判プリント
4		出版印刷（一部作りを除く）
5		ブックオンデマンド（BOD：一部作り出版物）
6		フォトアルバム（一部作り写真集）
7		事務用印刷（名刺、ハガキ、グリーティングカードなど）
8		ビジネスフォーム（DPS：データプリント）
9		ビジネスフォーム（システム開発、データ入力）
10		シール・ラベル
11		セキュリティタグ、RFID
12		パッケージ・包装・特殊印刷（オフセット印刷分野）
13		パッケージ・包装・特殊印刷（グラビア印刷分野）
14		パッケージ・包装・特殊印刷（フレキソ印刷分野）
15		特殊印刷/その他
16		新聞印刷
17		その他

問 7.　品目別売上の増減予測を下記回答欄にご記入ください。

（2010 年度の売上のおよび 3 年後の予測）

＊　「印刷付帯サービス」は企画、デザイン、DTP.データ加工、データ入力、後加工、フルフィルメント、配送、システム開発、Web 開発など、印刷の前後工程に付帯する業務を幅広く指します。

7-1 商業印刷

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後（2013 年）の予測

%	%	%	%	100%	□

7-2 バリアブル印刷（カット紙への宛名印字、ナンバリング、可変情報出力など）

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-3 大判印刷/大判プリント

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-4 出版印刷（一部作りを除く）

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後の予測

%	%	%	%	100%	□

7-5 ブックオンデマンド（BOD：一部作り出版物）

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後の予測

%	%	%	%	100%	□

7-6 フォトアルバム（一部作り写真集）

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-7 事務用印刷（名刺、ハガキ、グリーティングカードなど）

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-8 ビジネスフォーム（DPS：データプリント）

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-9 ビジネスフォーム（システム開発、データ入力）

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-10 シール・ラベル

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-11 セキュリティタグ、RFID

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-12 パッケージ・包装・特殊印刷（オフセット印刷分野）

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-13 パッケージ・包装・特殊印刷（グラビア印刷分野）

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-14 パッケージ・包装・特殊印刷（フレキソ印刷分野）

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-15 特殊印刷/その他

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

7-16 新聞印刷

有版印刷 （通常の印刷）	デジタル印刷 （トナー）	デジタル印刷 （インクジェット）	印刷付帯サービス	合計	無し
%	%	%	%	100%	□

3 年後(2013 年)の予測

%	%	%	%	100%	□

問 8. デジタル印刷で重視している付加価値

□極小ロット対応　□オンデマンド対応（即納）　□バリアブル印刷　□バリアブル後加工

□ハイブリッド印刷（固定出力と可変出力を組み合わせる）　□システム提案と構築

□クロスメディアの一環　□ワンストップサービスの一環　□後加工（表面加工、抜き、押し含む）□その他（　　）

問 9. デジタル印刷の活用度をさらに高めるについて「もっとこうであれば」というようなことで、お気づきのことがあればコメントをご記入願います。

_____

_____

_____

_____

_____

_____

ありがとうございました。

－非　売　品－
禁無断転載

平成 22 年度
印刷業界におけるデジタル印刷に関するアンケート調査
2010 年/2013 年デジタル印刷予測

発　行　平成 23 年 3 月 23 日
発行者　社団法人 日本印刷産業連合会
〒104-0041　東京都中央区新富 1-16-8
電話 03-3553-6051　FAX 03-3553-6079
ホームページ　http://www.jfpi.or.jp